



**University of
Zurich** ^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
Main Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2012

Winterspiele taugen nicht als Imageräger

Müller, Martin

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich
ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-78845>
Newspaper Article
Published Version

Originally published at:
Müller, Martin. Winterspiele taugen nicht als Imageräger. In: Neue Zürcher Zeitung, 4 November 2012, p.15.

4. November 2012

Winterspiele taugen nicht als Imageträger

Meinung Dossier: [Olympiakandidatur 2022 Graubünden](#) 4. November 2012*Martin Müller*

«Die Olympischen Spiele können ebenso wenig Verlust machen, wie ein Mann ein Kind bekommen kann», meinte der Bürgermeister von Montreal, Jean Drapeau, als die Stadt die Ausrichtung der Sommerspiele 1976 übernahm – die Grossveranstaltung kostete dann das Achtfache des ursprünglich veranschlagten Budgets. Erst 30 Jahre später waren die aufgehäuften Schulden abbezahlt. Dennoch: Viele Städte und Länder sind weiterhin davon überzeugt, dass der Nutzen der Olympischen Spiele die Kosten übersteigt. Nachdem die Kandidatur von Sitten für die Winterspiele 2006 in der Abstimmung des Internationalen Olympischen Komitees (IOK) gegen Turin verloren hat und Bern 2010 am Stimmvolk gescheitert ist, bereitet jetzt Graubünden mit den Austragungsorten St. Moritz und Davos ein Dossier für 2022 vor. Am 17. Oktober entschied der Bundesrat, 30 Millionen Franken an die Kandidatur beizutragen und – im Fall einer Zusprache – eine Milliarde Franken an die Durchführung der Veranstaltung.

Für Bewerber um die Winterspiele stehen die Chancen derzeit gut. Die Zahl der Interessenten ist in den vergangenen Runden zurückgegangen. Die Kombination aus Topografie und notwendiger Infrastruktur schränkt den Kreis möglicher Austragungsorte stark ein. Hinzu kommt die Schuldenkrise, die der öffentlichen Hand in vielen Ländern die notwendige Subventionierung verbietet.

St. Moritz und Davos hoffen durch die Winterspiele Wettbewerbsnachteile auszugleichen und die regionale Entwicklung zu fördern. Während die beiden Gemeinden in den 1960er und 1970er Jahren zur Avantgarde der Wintersportorte gehörten, hat sich in den letzten Jahrzehnten ein Investitionsstau gebildet. Das Preis-Leistungs-Verhältnis hat stetig abgenommen und sich durch die Frankenstärke noch verschärft. Das macht sich auch in der touristischen Nachfrage bemerkbar. Von 2008 bis 2011 haben die beiden Orte gut 14 Prozent an Logiernächten verloren. Allein in der letzten Wintersaison sank die Zahl der Ersteintritte bei den Bergbahnen Davos-Klosters um 13 Prozent.

Die Winterspiele sind jedoch in vielerlei Hinsicht die falsche Medizin für dieses strukturelle Malaise. Als Imageträger taugen sie für Orte wie St. Moritz wie auch für die Schweiz wenig. Ganz im Gegenteil: Die Breitenwirkung der Olympischen Spiele, die für Sponsoren wie Coca-Cola und McDonald's interessant ist, würde die Exklusivität der im Luxussegment etablierten Marke St. Moritz konterkarieren. Auch im Tourismusmarketing widersprechen das mediale Spektakel und die Konzentration von Infrastruktur auf engstem Raum dem sorgfältig gepflegten Image der Schweiz unter dem Slogan «Ganz natürlich». Zudem sind die Anforderungen der Winterspiele an die Infrastruktur für eine Destination wie St. Moritz/Davos inzwischen zwei Nummern zu gross. Während Albertville 1992 noch 39 000 Personen in offiziellen Funktionen akkreditierte, erreichte Vancouver vor zwei Jahren bereits annähernd die zweieinhalbfache Zahl. Die vom IOK geforderten 23 000 Zimmer bringt die gesamte Hotellerie Graubündens gerade knapp zusammen. Darin enthalten ist jedoch weder die Unterbringung der Zuschauer noch die der freiwilligen Helfer oder der Athleten. Es geht also nicht ohne die Schaffung neuer Kapazitäten, die aber auf einen stagnierenden touristischen Markt treffen. Die Bündner Bewerbung will keinen Gigantismus und will möglichst viele Anlagen temporär errichten. Das ist wünschenswert, aber schwer umsetzbar. Temporäre Anlagen lösen zwar das Problem der Investitionsruinen nach den Spielen, bringen aber wenig für die regionale Entwicklung. Damit entfällt das gewichtige Argument der langfristigen positiven Effekte als Legitimation. Zwar will auch das IOK die Grösse der Olympischen Spiele länger schon reduzieren, die Entwicklung der vergangenen Jahre zeigt aber, dass das Wachstum kaum eingedämmt wurde. Zu viele Anspruchsgruppen wie Sportverbände, nationale olympische Komitees, lokale Organisationskomitees, Sponsoren und auch das IOK selbst müssten vom bisherigen Geldfluss als auch von der Grandeur entwöhnt werden. Beim Status quo sind die Winterspiele nur noch in grösseren Agglomerationen mit Hinterland vernünftig auszurichten.

Schliesslich ist es unwahrscheinlich, dass der derzeitige operative Kostenrahmen von gut 3 Milliarden Franken eingehalten werden kann. Nach einer neuen Studie blieben die Ausgaben für die Olympischen Spiele seit 1960 kein einziges Mal im

vorgesehenen Budget. Die Winterspiele kosteten durchschnittlich das Doppelte des Voranschlags. Nicht zuletzt deshalb fordert das IOK schon bei der Bewerbung vollumfängliche staatliche Defizitgarantien. Im Falle Graubündens stiegen bereits die Kosten für die Bewerbung von Mai bis Juli 2012 von 36 auf 60 Millionen Franken. Mit 250 Millionen Franken sind auch die Ausgaben für Sicherheit deutlich optimistischer angesetzt als bei den Winterspielen in Vancouver 2010 (knapp 1 Milliarde) und Sotschi 2014 (2,4 Milliarden).

Am 3. März 2013 wird das Bündner Stimmvolk über die Kandidatur entscheiden. Die Modernisierung von Beherbergungsbetrieben, eine Verbesserung des Preis-Leistungs-Verhältnisses im Tourismus, eine nachhaltige Raumentwicklung, der Ausbau des öffentlichen Verkehrs und die Förderung des Sports sind allesamt wichtige Ziele für Graubünden wie die Schweiz. Die Olympischen Spiele benötigt es dafür jedoch nicht. Vielmehr können diese Herausforderungen mit gezielten Strukturprogrammen angegangen werden – mit deutlich geringeren Kosten.

Martin Müller ist Assistenzprofessor für Kulturen, Institutionen und Märkte an der Universität St. Gallen und forscht zu den Olympischen Spielen.

COPYRIGHT © NEUE ZÜRCHER ZEITUNG AG - ALLE RECHTE VORBEHALTEN. EINE WEITERVERARBEITUNG, WIEDERVERÖFFENTLICHUNG ODER DAUERHAFTES SPEICHERUNG ZU GEWERBLICHEN ODER ANDEREN ZWECKEN OHNE VORHERIGE AUSDRÜCKLICHE ERLAUBNIS VON NEUE ZÜRCHER ZEITUNG IST NICHT GESTATTET.